

DELIBERA N. 143/26/CONS

PARERE
ALL'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO
IN MERITO AL PROCEDIMENTO AVVIATO NEI CONFRONTI DI
DEGHI SPA
IN MATERIA DI PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

PS13027

L'AUTORITÀ

NELLA riunione di Consiglio dell'11 giugno 2026;

VISTA la legge 31 luglio 1997, n. 249, recante *“Istituzione dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo”* (di seguito, Autorità);

VISTO il decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante *“Codice del consumo, a norma dell'articolo 7 della legge 29 luglio 2003, n. 229”* (di seguito, Codice del Consumo);

VISTA la delibera n. 223/12/CONS, del 27 aprile 2012, recante *“Adozione del nuovo Regolamento concernente l'organizzazione e il funzionamento dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni”* come modificata, da ultimo, dalla delibera n. 58/25/CONS del 6 marzo 2025;

VISTA la nota pervenuta in data 20 maggio 2026 al prot. n. 0186437 dell'Autorità, con la quale l'Autorità garante della concorrenza e del mercato (di seguito, AGCM) ha chiesto, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo e dell'art. 1, comma 6, lettera c), numero 9), della Legge n. 249/97, il parere di questa Autorità rispetto a una pratica commerciale di Deghi spa (di seguito Deghi o la Società o il Professionista) in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera b, del Codice del Consumo. Nella nota di richiesta di parere dell'AGCM si informa che, con comunicazione del 25 novembre 2025, è stato avviato un procedimento in materia di pratiche commerciali scorrette nei confronti del Professionista al fine di valutare l'eventuale violazione degli articoli 20, 21, 22 e 23 del Codice del Consumo;

CONSIDERATO che nella nota di richiesta di parere si informa che, poiché le pratiche in questione sono state diffuse anche tramite *Internet* (sito *web*) si richiede all'Autorità, ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 17, comma 2, del *“Regolamento sulle procedure istruttorie nelle materie di tutela del consumatore e pubblicità ingannevole e comparativa”* (di seguito, Regolamento), adottato dall'AGCM con delibera del 5 novembre 2024, di esprimere il proprio parere in merito;

VISTA la comunicazione dell'AGCM del 25 novembre 2025, di avvio del procedimento istruttorio PS13027, ai sensi dell'art. 27, comma 3 del Codice del Consumo e dell'art. 6 del Regolamento, con contestuale richiesta di informazioni ai sensi dell'art. 13, comma 1, del Regolamento;



CONSIDERATO che, sulla base di quanto riportato nella suddetta comunicazione, la Deghi svolge, quale attività prevalente, quella del commercio di prodotti di arredamento, arredo bagno e articoli per la casa, principalmente *online* attraverso il sito web <https://www.deghi.it/> (di seguito, il Sito);

TENUTO CONTO che, nella su riportata nota di comunicazione di avvio del procedimento istruttorio PS13027, AGCM evidenzia che, secondo le segnalazioni ricevute e in base agli accertamenti svolti e le informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo, Deghi avrebbe posto in essere la seguente condotta:

il Professionista – nel promuovere delle vendite promozionali ("Promo") – avrebbe utilizzato sul Sito un *contatore* (cosiddetto "timer per il conto alla rovescia") per la prospettazione di "sconti a termine" che, in realtà, sembra essere non veritiero e ingannevole nella misura in cui, come emerge dalle acquisizioni effettuate, il contatore, alla scadenza del conto alla rovescia ("countdown"), riparte di nuovo, unitamente alla medesima promozione/sconto. In aggiunta a ciò, dal monitoraggio effettuato in fase preistruttoria, emerge che, allo scadere del conto alla rovescia previsto per lo sconto, il prezzo su cui viene calcolato il successivo sconto non è rappresentato dal "prezzo precedente" – quale prezzo più basso degli ultimi trenta giorni – ma lo sconto continua ad essere applicato su un più alto prezzo "pieno". Più nel dettaglio, emerge che, allo scadere del "countdown", lo sconto continua ad essere applicato sul prezzo "pieno", nel caso di specie su "98,00" (per la sedia "Jupiter") e "268,99" (per il tavolo "Knos"), nonostante i "prezzi precedenti" fossero stati, rispettivamente, "72,03" (per la sedia "Jupiter") e "76,93" (per il tavolo "Knos");

CONSIDERATO che, secondo AGCM, i comportamenti su riportati potrebbero integrare fattispecie di pratiche commerciali scorrette in violazione degli articoli 20, 21, 22 e 23 del Codice del Consumo. In particolare,

le pratica descritta potrebbe integrare due pratiche commerciali scorrette: la prima consistente nell'utilizzo di un cosiddetto *dark pattern* che, nel caso di specie, è costituito da un falso contatore ("timer per il conto alla rovescia") per pubblicizzare finti sconti a termine (in violazione degli articoli 20 e 23 del Codice del Consumo), la seconda nell'indicazione ingannevole dei prezzi e degli sconti dei prodotti venduti "in promozione" sul Sito (in violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del Consumo). Con riferimento alla prima pratica commerciale scorretta, il Codice del Consumo prevede, all'articolo 23, comma 1, lettera g), quale pratica inserita nella cosiddetta "Black List" quella di "dichiarare, contrariamente al vero, che il prodotto sarà disponibile solo per un periodo molto limitato o che sarà disponibile solo a condizioni particolari per un periodo di tempo molto limitato, in modo da ottenere una decisione immediata e privare i consumatori della possibilità o del tempo sufficiente per prendere una decisione consapevole". Più nel dettaglio, questa prima pratica commerciale scorretta rientrerebbe tra i cosiddetti "dark pattern", ovvero modelli di progettazione ingannevole che mirano a influenzare il comportamento del consumatore che verrebbe così, nel caso di specie, spinto a procedere all'acquisto prima che lo sconto "sparisca". In particolare, tra le numerose azioni che rientrano nella categoria dei cosiddetti "dark pattern", nel presente procedimento rileva quella che viene definita "urgency", ovvero imporre un tempo limite per un'offerta attraverso un timer per un conto alla rovescia o indicazione



della scarsità di un prodotto. L'utilizzo di un falso contatore per promuovere "sconti a termine" è di per sé scorretto, rientrando nella cosiddetta "Black List" del Codice del Consumo come una delle fattispecie di pratiche commerciali in ogni caso ingannevoli, ove – al termine del periodo prospettato – il contatore riparta di nuovo con il "countdown", unitamente alla medesima promozione/sconto. Pertanto, la pratica ora descritta posta in essere da Deghi appare integrare una pratica commerciale scorretta con riferimento all'utilizzo di un falso contatore per prospettare uno sconto a termine, nella misura in cui al termine del periodo prospettato il contatore riparte di nuovo con il "countdown" unitamente alla medesima promozione/sconto (in violazione degli articoli 20 e 23 del Codice del Consumo). Con riferimento alla seconda pratica commerciale scorretta, dalle evidenze acquisite in sede preistruttoria, emerge che la comunicazione commerciale relativa ai prezzi e agli sconti utilizzata dal Professionista – con la dicitura "Promo" – sul proprio Sito appare ingannevole e omissiva in base al Codice del Consumo in quanto lo sconto nuovamente prospettato al termine del "countdown" viene applicato non sul "prezzo precedente" (quale prezzo più basso degli ultimi trenta giorni) ma su un prezzo "pieno" (barrato) più elevato. Tale condotta potrebbe rilevare come pratica commerciale scorretta (ai sensi degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del Consumo), con particolare riferimento alle informazioni sul prezzo e/o alle promozioni, anche alla luce di quanto previsto dall'articolo 17-bis del Codice del Consumo e della giurisprudenza della Corte di Giustizia UE, con la pronuncia del 26 settembre 2024 (causa C-330/23): il prezzo di vendita "promozionale" va, pertanto, calcolato/definito in relazione al prezzo di vendita più basso applicato nei 30 giorni precedenti alla riduzione del prezzo (cosiddetto "prezzo precedente"). Nel caso di specie, dalle rilevazioni effettuate, il Professionista pubblicizzava una promozione ("Promo") indicando un prezzo "pieno" barrato – assai elevato – che non corrispondeva al prezzo più basso applicato negli ultimi 30 giorni. Pertanto, la pratica ora descritta posta in essere da Deghi appare integrare una pratica commerciale scorretta con riferimento all'indicazione ingannevole dei prezzi e degli sconti dei prodotti venduti sul Sito (in violazione degli articoli 20, 21 e 22 del Codice del Consumo);

VISTA la documentazione trasmessa dall'AGCM in allegato alla richiesta di parere relativa al comportamento della Società;

RITENUTO opportuno che il parere sul caso di specie sia reso all'AGCM ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del Consumo, riportando le valutazioni di questa Autorità in relazione all'attitudine dello specifico mezzo di comunicazione, utilizzato per diffondere la pratica commerciale, a incidere e amplificare l'eventuale ingannevolezza e/o scorrettezza della medesima pratica;

RILEVATO che la pratica in esame, sulla base della documentazione istruttoria, si riferisce alle comunicazioni e alle attività attuate dalla Società tramite *Internet*;

CONSIDERATO che *Internet* è una rete di comunicazione globale, in grado di offrire velocemente all'utente una vasta sequenza di informazioni atte a influenzarne il comportamento;

RILEVATO che, in base a quanto riportato nell'osservatorio sulle comunicazioni di questa Autorità, i dati sull'accesso ai siti/app dei principali operatori evidenziano un



numero mensile di utenti unici¹ che si sono collegati a Internet nel quarto trimestre del 2025 compreso tra 43,9 e 44,1 milioni su base mensile (tra 44,6 e 44,7 milioni nel quarto trimestre del 2024), con 69 ore e 6 minuti² complessive trascorse, in media, da ciascun utente navigando su *Internet*; di questi, a dicembre 2025, 42,9 milioni hanno usato Google (43,6 milioni nello stesso mese del 2024), 39,9 milioni Meta Platforms (39,8 milioni nello stesso mese del 2024), 36,8 milioni Amazon (36,3 milioni nello stesso mese del 2024). In aggiunta, il numero di utenti unici dei siti/app di *e-commerce* varia, nel quarto trimestre del 2025, tra 38,9 e 39,2 milioni (tra 38,7 e 38,8 milioni nel quarto trimestre del 2024), con una media di 2 ore e 43 minuti³ trascorsi da ciascun utente navigando su tali siti/app di *e-commerce*;

CONSIDERATO che, con riferimento al caso di specie, il mezzo di comunicazione e acquisto utilizzato, in relazione al servizio offerto dalla Società, risulta idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che, sulla base delle informazioni lette nei siti/app utilizzati dalla Società, potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità delle modalità di promozione e vendita utilizzate;

RITENUTO, pertanto, che, allo stato della documentazione in atti, nel caso di specie *Internet* sia uno strumento di comunicazione idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale rispetto alla quale è richiesto il parere a questa Autorità, laddove ne sia confermata la valutazione dell'AGCM sopra richiamata;

VISTI gli atti del procedimento;

UDITA la relazione del Commissario Massimiliano Capitanio, relatore ai sensi dell'articolo 31 del Regolamento concernente l'organizzazione e il funzionamento dell'Autorità;

DELIBERA

alla luce di quanto riportato in motivazione, di esprimere parere secondo cui, nel caso di specie, *Internet* sia uno strumento di comunicazione idoneo a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale in oggetto, laddove ne sia confermata la valutazione dell'AGCM.

Il presente parere sarà pubblicato sul sito *web* dell'Autorità, salvo che vengano rappresentate, entro trenta giorni dal suo ricevimento, eventuali ragioni ostative alla pubblicazione.

Roma, 11 giugno 2026

¹ Numero di utenti/persone diverse che hanno visitato qualsiasi contenuto di un sito *web*, una categoria, un canale o un'applicazione durante il periodo di riferimento.

² Dato riferito al mese di dicembre 2025.

³ Dato riferito al mese di dicembre 2025.

IL PRESIDENTE
Giacomo Lasorella

IL COMMISSARIO RELATORE
Massimiliano Capitanio

Per attestazione di conformità a quanto deliberato

IL SEGRETARIO GENERALE
Giovanni Santella